

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ แนวทางพัฒนาการผลิตและการจำหน่ายมะม่วงของกลุ่ม
เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงส่งออก อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่
ผู้เขียน นายชาติ อัจฉวงค์
ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์) ส่งเสริมการเกษตร
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ คุยฎี ณ.ลำปาง ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ไร่ไพพรรณ อภิชาติพงศ์ชัย กรรมการ
นายพัฒนกร ยาวีไชย กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตและการจำหน่ายมะม่วงเพื่อการส่งออก และหาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการจำหน่าย สนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงเพื่อส่งออก อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่

ประชากรศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงส่งออก อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 77 รายโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลและ การสัมภาษณ์เกษตรกรด้านการปฏิบัติดูแลรักษาการเกี่ยวเกี่ยวมะม่วง การรวบรวมผลผลิตและการควบคุมคุณภาพมะม่วง การจำหน่ายมะม่วงของเกษตรกร กลุ่มที่ 2 จำนวน 12 ราย คัดเลือกจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกร ผู้ปลูกมะม่วงส่งออก อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่ ที่ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่ 1 จำนวน 8 ราย ตัวแทนนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร จำนวน 1 ราย นักวิชาการเกษตรจำนวน 1 รายและตัวแทนจากบริษัทส่งออกมะม่วง เพื่อจำหน่ายต่างประเทศ จำนวน 2 ราย โดยใช้การสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูล ในระหว่างเดือน พฤษภาคม ถึง เดือน สิงหาคม พ.ศ.2549 ทำการวิเคราะห์สถิติโดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการวิจัยพบว่าเกษตรกรในกลุ่มทั้งหมด ปลูกมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้สีทองและพันธุ์โชคอนันต์ เพื่อการจำหน่าย โดยมีพื้นที่ปลูกโดยเฉลี่ย 27.57 ไร่ การปฏิบัติดูแลรักษาผลผลิต การรวบรวมผลผลิต และควบคุมคุณภาพมะม่วงเกษตรกรส่วนใหญ่ได้ปฏิบัติตามขั้นตอนโดยการเรียนรู้จากเพื่อนเกษตรกรด้วยกัน ส่วนการจำหน่ายนั้นจะจำหน่ายให้แก่พ่อค้าหรือผู้ส่งออกที่จูดรับซื้อโดยมีรายได้เฉลี่ยทั้งหมดเท่ากับ 141,075.83 บาทต่อปี อย่างไรก็ตามพบว่ามีเกษตรกรเพียงร้อยละ 32.5

ที่สามารถจำหน่ายผลผลิต เพื่อส่งออกต่างประเทศได้มีรายได้จากการจำหน่าย เพื่อส่งออกเฉลี่ย 48,154.55 บาทต่อปี ส่วนตัวแทนกลุ่มเกษตรกร นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร นักวิชาการเกษตร และตัวแทนจากบริษัทส่งออก ได้ให้ข้อคิดเห็นว่าเกษตรกรเจ้าของสวนควรปฏิบัติดูแลรักษาผลผลิตของตนเองอย่างเป็นระบบ โดยใช้การผลิตระบบ GAP ควรได้รับความรู้ เทคโนโลยีและทักษะอื่นเพิ่มเติม โดยเฉพาะการผลิตมะม่วงที่ตรงตามความต้องการของตลาด และเทคนิคการป้องกันไม่ให้ศัตรูพืชทำลายผิว รวมถึงการควบคุมมะม่วงให้ขนาดผลมีน้ำหนักตรงตามความต้องการตลาดส่งออก การฝึกอบรมและประชุมเชิงปฏิบัติการ นอกจากนี้ควรสนับสนุนเกษตรกรให้มีการประชุมแลกเปลี่ยนกับผู้ซื้อโดยตรง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

จึงสรุปได้ว่าแนวทางพัฒนาการผลิตและการจำหน่ายมะม่วงเพื่อการส่งออกเบื้องต้นควรได้รับการส่งเสริมจากส่วนราชการและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยประสานงานร่วมกันอย่างเป็นระบบระหว่างเกษตรกรเจ้าของสวน นักวิชาการเกษตร นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร โดยใช้ระบบ GAP เพื่อวางแผนการผลิต เก็บเกี่ยว ควบคุมคุณภาพ ส่วนการตลาดและการจำหน่ายควรวางแผนร่วมกับผู้ซื้อหรือบริษัทผู้ส่งออกเกี่ยวกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้เกษตรกรควรได้รับการอบรม ถ่ายทอดความรู้ ทักษะและเทคโนโลยีการผลิตมะม่วงเพื่อการส่งออก มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันภายในกลุ่มหรือนอกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการได้รับข้อมูลด้านการตลาดจำหน่ายผลผลิต เพื่อเพิ่มแรงจูงใจด้านการพัฒนาและเพิ่มคุณภาพผลผลิต ให้ได้มาตรฐานส่งออก

Independent Study Title	Development Approach of Mango Production and Distribution for Export of Mango Grower Group, Phrao District, Chiang Mai Province		
Author	Mr.Chatree Attawong		
Degree	Master of Science (Agriculture) Agricultural Extension		
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Dusdee Na Lampang		Chairperson
	Assoc. Prof. Rampaipun Arphichatwongchai		Member
	Mr. Patakorn Yawichai		Member

Abstract

The objectives of this study were to study the production and distribution of mango for export, and the development approaches of mango production and distribution for supporting the Mango Grower Group in Phrao District, Chiang Mai Province. The sample were divided into two groups, group one was the 77 of Mango Grower Group, the demographic data, practical, complying and controlling products, and distributing for export were collected by using interview form. Group two was 8 of Sub members of Mango Grower Group, 1 of Subject Matter Specialist of Agricultural Extension, 1 of Subject Matter Specialist of Agricultural and 2 of Personnel of Mango Export Agency were interviewed between May and August, 2006. Statistical techniques used were frequency, percentage, minimum, maximum, arithmetic mean and standard deviation.

The results shown that all of Mango Grower Group grew Nam Dok Mai and Choke Anan for distribution, and had average area grower size of 27 rai. Most of them had sequencing in practical their products and sharing experiences together in management, complying and controlling their products. All products were distributed to wholesale dealers and their average incomes were 141,075.83 Baht per year. However there were 32.5% of Mango Grower Group could be exported their products and average incomes were 48,154.50 Baht per year. In addition, Sub members of Mango Grower Group, Subject Matter Specialist of Agricultural Extension,

Subject Matter Specialist of Agricultural and Personnel of Mango Export Agency suggested that the Mango Grower Group should use GAP system combined with improving their knowledge, technology and skills, especially marketing demand towards their products, pest and pathogen protection techniques, and mango size and weight controlling for specific export marketing by training and workshop providing in mango production and distribution for export. In addition should support the Mango Grower Group in experiences sharing with dealers at least 1 time per year.

In conclusion, the basic development approaches of mango production and distribution for export of Mango Grower Group should be supported by the agricultural officers and the government. Regarding the GAP system should be done in which collaboration among the Mango Grower, Subject Matter Specialist of Agricultural Extension and Subject Matter Specialist of Agricultural in mango production planning, harvesting and quality control. The Mango Grower should be planed with dealers in products marketing demand and distribution. Furthermore they should be improved their knowledge, technology and skill to develop their products and continuous sharing experiences with the members in internal and external group, and to improve their motivation in develop the standardized production and quality for export, the marketing information should be supported.